



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menganalisis sentimen masyarakat terhadap kota Bali berdasarkan data yang ada pada sosial media *Twitter*. Proses pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan *keywords* “Bali” dalam kurun waktu 7 hari kebelakang dari saat proses pengumpulan data dilakukan mencapai 6542 *tweets*, hal ini menandakan bali masih menjadi kota yang ramai diperbincangkan para pengguna *Twitter*. Model training data yang dilakukan dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes*, *Neural Network*, *K-Nearest Neighbor*, *Support Vector Machines*, dan *Decision Tree* memiliki tingkat akurasi, presisi dan *recall* yang berbeda-beda. Berdasarkan dari nilai AUC yang dihasilkan, algoritma *Support Vector Machine* merupakan algoritma yang paling tepat digunakan dalam melakukan analisa sentimen pariwisata di Indonesia, khususnya kota Bali dengan nilai AUC sebesar 0,805 dan masuk kedalam *Good Classification*. Setiap model yang dibuat juga dapat melakukan prediksi terhadap setiap attribute “text” yang ada pada data testing dan menghasilkan nilai *true positif*, *true negatif*, *false positif*, dan *false negatif*. Berdasarkan nilai yang dihasilkan, algoritma SVM tepat digunakan dalam menganalisis sentimen di industri pariwisata dan melalui proses *labeling* yang telah dilakukan, diketahui bahwa sentimen masyarakat terhadap kota Bali yang bersifat positif lebih banyak dibandingkan dengan sentimen yang bersifat negatif.

## **5.2 Saran**

Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengukuran terhadap tempat-tempat wisata yang paling sering dikunjungi di kota Bali berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi perankingan tempat wisata di Bali yang sedang populer dikunjungi para wisatawan. Selain itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengotomatisasi sentimen pariwisata di Indonesia yang diimplementasikan kedalam suatu aplikasi, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tempat-tempat wisata di Indonesia yang memiliki sentimen positif dan layak untuk dikunjungi.